

Acta de la reunión del Consejo Aragonés de Consumo celebrada el día 8 de noviembre de 2022

Fecha: Zaragoza, 8 de noviembre de 2022

Hora: 11 horas

Lugar: Plaza del Pilar, 3, Zaragoza. Videoconferencia.

Asistentes:

Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios. Presidente del Consejo Aragonés de Consumo. D. Pablo Martínez Royo.

Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios. Secretaria del Consejo Aragonés de Consumo. D^a. M^a Jesús Casanovas Oliva.

Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios. Jefe de Servicio del Consumidor. D. Carlos Peñasco Gil.

Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios. Subdirector del Servicio Provincial de Ciudadanía y Derechos Sociales de Zaragoza. D. Agustín Lanaspa Catalán.

Ayuntamiento de Zaragoza. D^a. Celia Elicechea Pacheco. Ausente.

Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias. D^a. Ana Beatriz Maisanava Cortés. Excusa su asistencia

Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias. D^a. Mercedes Trébol Bartos.

Representante de las asociaciones de consumidores. D. Luis Manuel Lamata Arasco.

Representante de las asociaciones de consumidores. D. Joaquín Soguero Romea.



Representante de las asociaciones de consumidores. D. José Ángel Oliván García.

Representante de las asociaciones de consumidores. D. Antonio José Berrueta Elías.

Representante de las asociaciones de consumidores. D^a. Blanca Pardos García

Representante de las asociaciones empresariales. D. Juan Carlos Dehesa Conde.
Ausente.

Representante de las asociaciones empresariales. D.^a Beatriz Callén Escartín.

Representante de las asociaciones empresariales. D^a. Celia Elfau Usón.

Representante de las asociaciones empresariales. D. Eugenio García-Rodeja Alonso.

Representante de las asociaciones empresariales. D. Daniel Forniés Andrés.

Secretaria de actas. D^a. Clara Guerrero Ceamanos.

1.-Aprobación del Acta anterior.

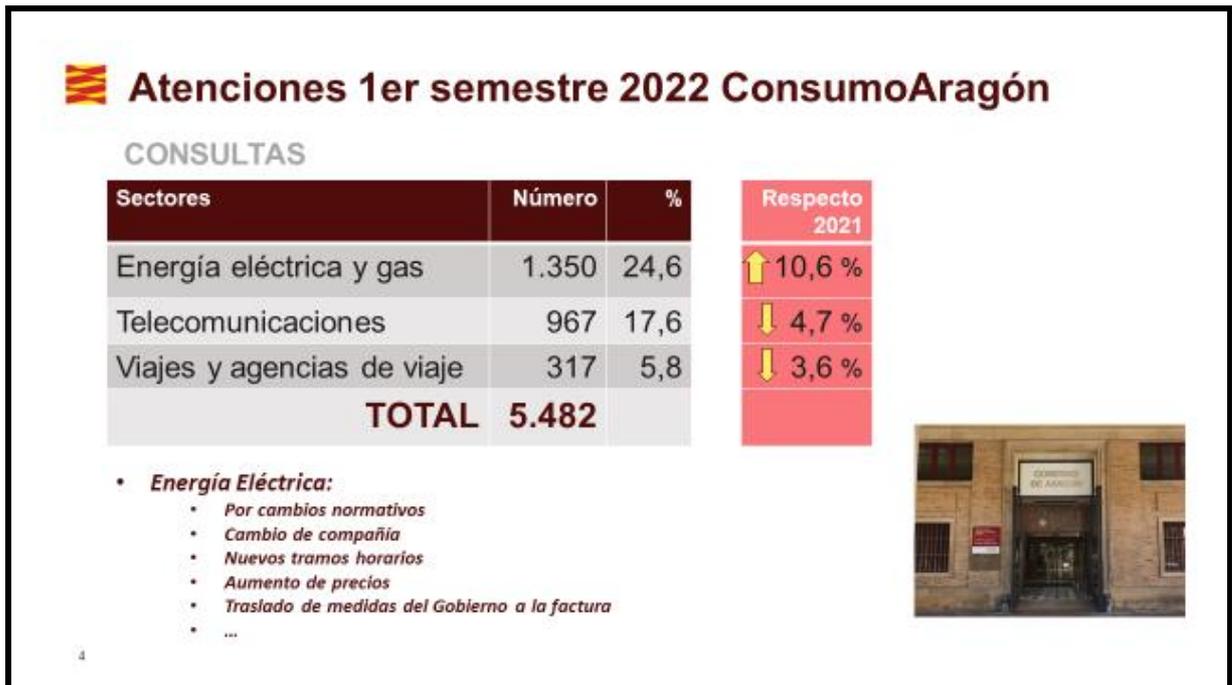
Sin alegaciones ni aportaciones a la misma, se aprueba por asentimiento el acta de la sesión de fecha 23 de marzo de 2022.

Toma la palabra el Director General, saludando y presentando a todos los miembros del Consejo y sus respectivas organizaciones, realizando un breve repaso a las actuaciones desarrolladas por la Dirección General en materia de atención al consumidor y control de mercado.

2.- Situación actual en materia de atención al consumidor y control de mercado.



El director general, D. Pablo Martínez hace un balance del primer semestre de 2022, en el que se han atendido 5.482 consultas de personas consumidoras, de acuerdo al siguiente desglose:



Destaca el incremento del número de consultas en el **sector de la energía** (electricidad y gas), que en el primer semestre era de un 24,6% y que en la actualidad ya alcanza un 27%. Se constituye como primer sector en cuanto a atenciones. Esto es debido a la preocupación de las familias y de la sociedad, en general, por la subida de las facturas de electricidad y del gas, por los cambios normativos producidos y que está llevando consigo la vuelta al mercado regulado de muchos consumidores, a la tarifa de último recurso del gas y, sobre todo, del aumento de interés manifestado por los clientes en cuanto a conocer e interpretar sus facturas, así como las condiciones estipuladas en sus contratos.

El **sector de telecomunicaciones** es el clásico en cuanto a reclamaciones se trata, si bien este año han disminuido respecto al año 2021. Las dudas están relacionadas con



las dificultades para darse de baja de los servicios, para obtener portabilidades, modificaciones unilaterales del contrato, disconformidad con la facturación, contenidos digitales y, en general, incumplimiento de las condiciones pactadas.

En el ámbito de los **viajes turísticos y hostelería**, la mayoría de incidencias son las relativas a vuelos de compañías aéreas.

Por lo que respecta al **canal de comunicación** elegido por el consumidor para ponerse en contacto con nuestras dependencias, el más habitual es a través de teléfono donde, además de concertar cita previa, se le informa al consumidor de la documentación que debe aportar a la misma para obtener una atención más eficaz.



La mayoría de atenciones (alrededor de un 70%), corresponde a la provincia de Zaragoza, al concurrir deficiencias de atención al consumidor por parte del Ayuntamiento de Zaragoza. En las capitales de Huesca y en Teruel los servicios municipales sí están normalizados.



Del total de **1.653 reclamaciones**, el mayor número corresponde a bienes de consumo (muebles, equipos informáticos, telefonía, vehículos a motor, textil o electrodomésticos), seguido de servicios básicos (sobre todo, gas y electricidad), esparcimiento y ocio (eventos, festivales, conciertos, cines,..) en su mayoría en temporada estival. En el sector de las telecomunicaciones los mayores problemas se plantean respecto a paquetes integrados (TV, internet, líneas móviles y fijo). En el ámbito del transporte, el mayor número de reclamaciones se produce en el aéreo por la mayor movilidad actual, así como consecuencia de retrasos y cancelaciones debidas a huelgas en el sector. También destacar incidencias en las reparaciones de productos, electrodomésticos, vehículos a motor, telefonía y equipos informáticos; también problemas con las cláusulas contractuales en los contratos de compraventa de vivienda y sin olvidarnos de los servicios financieros con el aumento de los fraudes en línea, a la espera de ser activado el sistema de tramitación de reclamaciones con resoluciones vinculantes del Banco de España.



En lo que a **Actuaciones Inspectoras** se refiere, D. Pablo Martínez quiere destacar el trabajo sistemático y exhaustivo que desde Control de Mercado se está llevando en



materia de seguridad y salud, alteración, adulteración y fraude, registro, normalización y tipificación, etiquetado y envasado, prácticas comerciales desleales, garantías y servicios post venta y obstrucción y vigilancia de mercado. De un total de 12.361 actuaciones, el 3,23% han dado resultado positivo, es decir, que se detectan anomalías como, por ejemplo, incumplimientos, irregularidades o falta de conformidad. De los sectores inspeccionados: alimentación, productos industriales y servicios, es en este último donde hay más actuaciones positivas en %, ya que estas actuaciones vienen determinadas principalmente a través de Campañas de inspección, siendo más específicas y se contemplan muchos más items de control.

Por lo que respecta a la **Red de Alerta**, constituye un mecanismo de información rápido, y accesible a través de internet a todo el público en general. Allí se muestra toda la información referente a los distintos productos alertados. Insta a las Asociaciones de Consumidores que conozcan de algún producto con deficiencias lo comuniquen, ya que si está en la web es para ser consultado y poder incluir todo aquello de lo que se tenga conocimiento. En términos cuantitativos, de un total de 1.494, notificadas 456 desde el ámbito nacional (muy vinculadas a sectores de productos para el público infantil y puericultura) y 1.038 europeas.

D. José Ángel Oliván pregunta si el sector alimentación no aparece en seguridad y salud porque estas actuaciones las desarrolla el Departamento de Sanidad.

D^a. M^a Jesús Casanovas contesta que en la tabla sólo figuran las actuaciones positivas, en este caso al tratarse de salud y seguridad, no se han detectado incumplimientos, en todo caso, si se aprecia que es competencia del Departamento de Sanidad, se les da traslado a dicho Departamento.

Por otro lado, D. Antonio José Berrueta pregunta si las actuaciones se hacen tanto presenciales como por internet y si existe un porcentaje de actuaciones de unas y otras.

D. Pablo Martínez responde que, cuando es posible realizarlo, se hace on line y en cuanto al porcentaje se explicará posteriormente.



3.- Campañas de Inspección: Breve balance 2022 y propuestas para 2023.

D^a M^a Jesús Casasnovas interviene para analizar las campañas de inspección realizadas en el 2022, distinguiendo aquéllas que están finalizadas, en trámite y en ejecución.

Por un lado, respecto a las FINALIZADAS, informa sobre las tradicionales **rebajas de invierno y verano** en las que cabe citar la comprobación de precios y cartel de duración de las mismas.

En cuanto a los **Productos de Bisutería**, se han visitado 60 establecimientos (que van desde bazares, tiendas de ropa a grandes superficies comerciales) y 16 páginas web. Se intenta complementar las páginas web de empresas con razón social en nuestro territorio, con las físicas. La actuación inspectora se ha centrado en el etiquetado de los artículos de bisutería, facturas, información de precios y disposición de hojas de reclamaciones.

En lo referente a la Campaña sobre **Garantías**, fue muy ambiciosa por la entrada en vigor el 1 de enero del RDL 7/2021. Se visitaron 155 establecimientos de las tres provincias de la Comunidad Autónoma, haciéndose hincapié en el cumplimiento de las novedades normativas y de derechos básicos vinculados con el derecho de garantía como los servicios de atención al cliente, etiquetado, facturas y publicidad.

La **Campaña sobre Reparación de Aparatos Eléctricos y Electrónicos** fue dirigida al control de la información y documentación en los servicios de reparación de aparatos eléctricos, en especial, en aquéllos de uso personal electrónicos (teléfono móvil, Tablet, ordenadores personales, relojes electrónicos, etc.). Se comprobó el Servicio de Atención al Cliente, datos en resguardos de depósitos o en presupuestos, información de los presupuestos, piezas de repuesto, facturas y garantías.

La última de las campañas del cuadro como finalizadas es la de **Ayudas a la flotación (manguitos, chalecos,..)**, elegida por ser productos dirigidos a colectivos especialmente protegibles, como son los niños, en la misma se realizó a través de tomas de muestras, cumpliéndose la seguridad en un 100% de los productos analizados. Los



incumplimientos se produjeron en la parte documental que les debe acompañar, como es el documento de la Declaración de conformidad o, en un caso, la textualidad de la advertencia de seguridad figuraba en inglés, no en castellano. Los resultados del laboratorio se obtuvieron pronto, así pudimos llegar al verano con total seguridad.

Respecto a las Campañas del segundo semestre y que actualmente están en TRÁMITE, la Campaña de **Aceite de oliva virgen y virgen extra**, en la que se realizan tomas de muestras e inspección comprobando el etiquetado. Se hacen en cascada entre las distintas CCAA para no repetir muestras.

La Campaña de **Seguridad y etiquetado de juguetes de madera para menores de 36 meses**, también dirigida a colectivos especialmente protegibles, se toman muestras y también inspección comprobando el etiquetado, instrucciones y advertencias de seguridad y revisión del documento de Declaración de conformidad.

Finalmente, las Campañas que están en actualmente en ejecución, son las relativas al **Procedimiento de reclamación en comercio electrónico**. Al ser a nivel nacional, el reparto se hace por sectores y a nuestra Comunidad Autónoma nos asignaron Hoteles de 2 y 3 estrellas. Nos trasladaron el protocolo de inspección en octubre, y revisamos webs de hoteles ubicados en Aragón (atención al cliente y si el procedimiento de reclamación era claro y visual.

También la Campaña de **Comercio electrónico** que se desarrolla a lo largo de todo el año, campaña general, dirigida a sectores no específicos y principalmente a empresas ubicadas en nuestro territorio.

Por último, las **Campañas sobre ofertas y promociones en grandes cadenas de distribución**, principalmente fueron pensadas para hacerse durante el Black Friday y ofertas durante la Navidad, por ello no está todavía acabada, aunque se han realizado durante todo el año para que también cubriera otras promociones como “Semanas de Oro” o las ofertas semanales de algunos supermercados. Se comprueban folletos publicitarios, si disponen de los productos que publicitan y si exhiben correctamente los precios.



También tenemos que indicar que se han ejecutado dos Campañas que no estaban previstas: **Campaña Nacional relativa a la Bonificación extraordinaria y temporal en el precio de venta al público de determinados productos energéticos o aditivos**, que ya está terminada. Con la entrada en vigor del Real Decreto-Ley 6/2022, de 29 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes en el marco del Plan Nacional de respuesta a las consecuencias económicas y sociales de la guerra en Ucrania se estableció una bonificación extraordinaria y temporal del precio final de determinados productos energéticos, se comprobó que la bonificación al consumidor se informaba y aplicaba correctamente siendo de un mínimo de 0,20 euros por litro o por kilogramo de producto y que en el ticket apareciera reflejado. No se encontraron incumplimientos.

Otra que se realizó y no estaba prevista fue la **Campaña en el marco del Plan Nacional de Control de la Cadena Alimentaria, PNCOCA**, y que actualmente sigue en ejecución. Rediseñada de manera específica para dar cumplimiento a los requisitos establecidos en el PNCOCA, donde las actuaciones a realizar vienen predefinidas en base al análisis del riesgo de los distintos tipos de productos, en total 23, y con unos porcentajes específicos que nos viene encomendado del Ministerio de Consumo. Además, se tienen en cuenta las actuaciones encomendadas en los determinados productos, y que se ajustan a los 3 Programas en los que formamos parte y que coinciden con nuestro Plan Aragonés de Control de la Cadena Alimentaria en Aragón, PACCAA, en productos alimentarios: defensa del derecho de los consumidores a recibir una información adecuada, control general de la calidad alimentaria en el punto de venta al consumidor final y control de prácticas comerciales desleales en la comercialización de alimentos.

D. José Ángel Oliván pregunta qué es el Plan Nacional de Control de la Cadena Alimentaria.

D. Pablo Martínez le informa que existe un acuerdo del Gobierno de Aragón con este Plan Nacional, de tal forma que Consumo se centra en nuestras competencias, como el etiquetado de alimentos, coordinándose con otras CCAA y debiéndose cumplir los requisitos exigidos por el Plan. Se ha intentado hacer una campaña específica, que cubra



tanto el etiquetado, como las prácticas desleales o publicidad para dar cumplimiento a nuestros objetivos.

D. José Ángel Oliván también pregunta si la práctica de venta por debajo de costes se incluiría dentro de las prácticas desleales.

D. Pablo Martínez señala la competencia del Ministerio de Agricultura en la cadena alimentaria y que sobre el precio y la unidad de medida nuestro control estaría relacionado con la información al consumidor.

D^a Celia Elfau hace referencia que en relación a la venta on line, le llegan a las Cámaras de Comercio denuncias de otras Comunidades Autónomas a nuestras empresas y pregunta cuántas denuncias a nuestras empresas hay en otras CCAA.

D. Pablo Martínez contesta que en el Informe Nacional que se hace anualmente este dato no aparece recogido, por lo que lo desconocemos.

D. Eugenio García-Rodeja afirma recibir quejas de empresas sancionadas por otras CCAA y que si no habría alguna forma de limitar la competencia territorial. Que le llegan, sobre todo, muchas denuncias de las Comunidades Autónomas de Andalucía y Valencia.

D. Pablo Martínez le responde que, si no hay denunciante, no parece del todo lógico incoar procedimiento sancionador y si lo hay, sería competente la administración territorial. El problema se plantea cuando es *on line*. El comercio electrónico es un tema recurrente y desde Consumo se da información y colaboración cuando se nos solicita, por ejemplo en las Jornadas de la Asociación de Tiendas Virtuales de Aragón. Es necesario fomentar la digitalización del pequeño comercio, y considera que las ayudas que recibe el empresariado para la digitalización del comercio deberían conllevar también el control sobre la incorporación en las páginas web de comercio electrónico de condiciones generales de venta correctas en términos normativos y que ofrezcan garantías para el consumidor.

D. José Ángel Oliván pregunta si otras Administraciones inspeccionan y sancionan a empresas aragonesas a lo que se le responde que se han dado casos.



D. Eugenio García-Rodeja considera que la Administración debería entrar a valorar y practicar diligencias sobre las Campañas promocionales o publicidad que realizan algunos establecimientos como, por ejemplo: “Día sin IVA”, que incluso podía constituir una infracción de carácter fiscal y, a veces, ser publicidad engañosa.

D. Eugenio García-Rodeja pregunta si hay intención de modificar nuestra normativa de prestación de servicios a domicilio.

D^a. M^a Jesús Casasnovas contesta que en la normativa nacional no se ha modificado y es acorde a la autonómica, siendo la garantía de 3 meses y que, en principio, no está prevista.

D. Luis Manuel Lamata pregunta qué tal ha funcionado la Campaña sobre Reparación de Aparatos Eléctricos y Electrónicos y si podían proporcionar los resultados.

D^a. M^a Jesús Casasnovas contesta que ha sido una campaña sobre todo documental; y que entre las incidencias o fallos que se han detectado lo han sido en el servicio de atención al cliente, en la elaboración de los presupuestos al no indicar en algunos el plazo cuando es obligatorio incluirlo, así como explicar el motivo de la reparación, entre otras. En cuanto a las piezas de repuesto, hubo un cumplimiento del 85%, las facturas estaban bastante correctas y los plazos de garantía se cumplían. Los resultados de la Campaña se expondrán en la Memoria Final que será publicada en la web.

D. Pablo Martínez hace hincapié en la obligación de las empresas de tener piezas de repuesto durante 10 años, de acuerdo con la legislación de garantías, aludiendo a la reparación de electrodomésticos como un avance hacia la economía circular para un desarrollo sostenible.

En lo que se refiere **a la Previsión de Campañas Nacionales de Inspección y control de Mercado del 2023,**

D^a. M^a Jesús Casasnovas expone que la alimentación va a ser de obligado cumplimiento, a lo largo de los cuatro años que dura el Plan de la Cadena Alimentaria, y se



ejecutará en los términos antes comentados. Las campañas industriales también han sufrido un giro y vienen determinadas desde el Ministerio a través del Plan sectorial de consumo para la vigilancia de mercado de productos no alimenticios en el marco del reglamento (UE) 2019/1020 (2022-2025) y serán anuales en materia de calzado, detergentes, eficiencia energética, juguetes, neumáticos, textiles, EPIS y seguridad de pequeños electrodomésticos y material eléctrico. En el sector servicios nos hemos comprometido, a nivel nacional, con el control de las condiciones en los aparcamientos.

D^a M^a Jesús Casanovas invita a los asistentes a proponer campañas en algún sector determinado en que estuvieran interesados, para su posterior valoración.

D. Eugenio García-Rodeja se pregunta si el funcionamiento de las agencias de recobro, especialmente, podría ser objeto de Consumo ya que no sólo van contra empresas sino también al consumidor final (por ejemplo, llamadas de teléfono al reclamado o registro de morosos).

D. Pablo Martínez aporta que en estas situaciones la relación como consumidor final es como sujeto pasivo, por lo que superaría la competencia en materia de consumo.

D. Joaquín Soguero pone de manifiesto los peligros que implica que actualmente se puedan abrir cuentas y expedir tarjetas de pago en estancos o administraciones de lotería.

D. Pablo Martínez comenta la posibilidad que tienen algunos consumidores de poder abrir una Cuenta de pago básica en una entidad bancaria si cumplen una serie de requisitos.

D. José Ángel Oliván manifiesta estar preocupado por la proliferación de ofertas de empresas de energías renovables a los consumidores y a las familias, que muchas veces son engañosos y no explican las consecuencias que implicará el cambio. Añade que podrían ser objeto de inspección las devoluciones de fianzas en alquileres, ya que hay una fiebre de los propietarios de no devolverla.

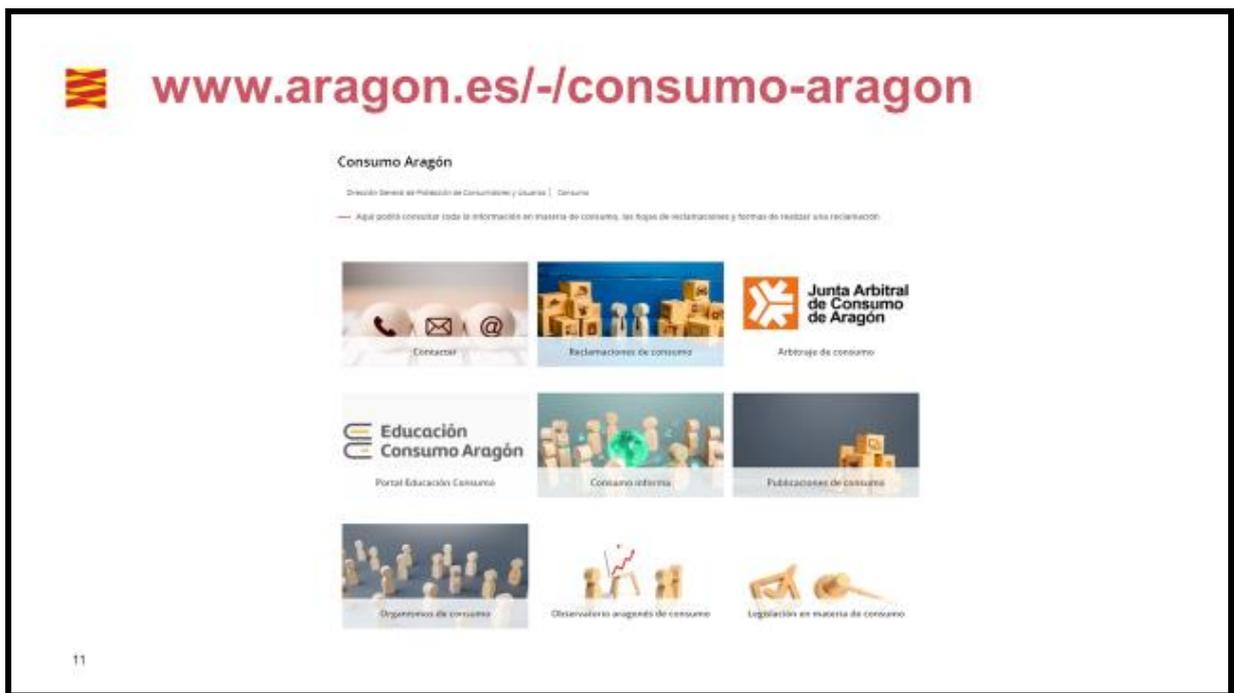
D. Carlos Peñasco contesta que la Dirección General de Vivienda tiene atribuida la competencia de inspección en esta materia.



D. Pablo Martínez señala respecto a la acreditación y control de las empresas de energías renovables que se está creando en el Departamento de Industria un registro de instaladores expertos en renovables acreditados para que el consumidor pueda consultarlo antes de contratar. También alude al Espacio aragonés de asesoramiento energético como punto de información y asesoramiento en materia de autoconsumo y comunidades energéticas. Manifiesta, además, que queda abierto el buzón para nuevas campañas de inspección de consumo.

4.- Página Web de Consumo Aragón.

D^a M^a Jesús Casanovas presenta la página Web de consumo.



Manifiesta que gracias al gran trabajo del CIDAC, y con el apoyo del personal informático de Portal Público del Gobierno de Aragón, conseguimos con medios propios y con los márgenes que nos permite la interfaz de la web del Gobierno de Aragón, darle una vuelta completa a la web de Consumo Aragón, consiguiendo que sea de más fácil acceso y lectura, así como más intuitiva y visual.



Se ha reorganizado toda la información en **9 apartados**: Contactar (con la Dirección General de Protección de Consumidores y Usuarios y otras instituciones); Reclamaciones de Consumo (se intenta que su contenido sea claro y directo); Arbitraje de Consumo, Educación Consumo Aragón (nos lleva a la web y a la agenda, entre otros); Consumo Informa, Boletín RAIC que contiene resume de la legislación y jurisprudencia en materia de consumo, publicidad, folletos, itinerario del consumidor; Organismos de Consumo. En él se ha contemplado toda la información del Consejo Aragonés de Consumo, tal como nos indicó en la reunión anterior, Beatriz Callén, ya que esta información no figuraba en nuestra web y se ha aprovechado para incluirlo aportando mayor claridad (sesiones, memorias, convocatorias y actas una vez aprobadas desde 2016); Observatorio Aragonés de Consumo (actuaciones inspectoras, se suben trimestralmente y figuran las tablas y al final de año el resumen final de Campañas, denuncias o información al consumidor). Se van diferenciando también otras bases documentales. Se aportan muchos datos. Por último, legislación en materia de consumo, estatal y autonómica.

D^a. Beatriz Callén comenta que, en relación a lo que manifestó en la reunión anterior en cuanto que tenía dificultades de acceso a la página del Observatorio Aragonés de Consumo, felicitar por el diseño porque ha accedido y es mucho más intuitiva, más clara.

D^a María Jesús Casasnovas aconseja entrar directamente en Consumo Aragón para acceder a la web.

D. José Ángel Oliván pregunta si la Red de Alertas está en el primer menú, indicándole cómo puede acceder.

D. Antonio José Berrueta Elías manifiesta que no es posible entrar en la web del Gobierno de Aragón sin aceptar las cookies.

5.- Renovación de los miembros del Consejo.

Toma la palabra D. Pablo Martínez para recordar que el día 6 de febrero de 2023 **termina el plazo de 5 años del nombramiento de los actuales vocales del Consejo**, Órgano consultivo y asesor de la Administración de la Comunidad Autónoma en materia de



consumo que, con carácter paritario, se constituye como vehículo institucional de mediación, coordinación y colaboración entre los distintos agentes que intervienen en este ámbito, constituido por quince miembros de los que una tercera parte pertenecerán a las Administraciones públicas con competencia en la materia, otra tercera parte representará a las Asociaciones de Consumidores y Usuarios y la tercera parte restante estará presente en su condición representativa de las organizaciones empresariales radicadas en Aragón.

Por lo tanto, habrá que proceder a la renovación de miembros. Quiere agradecer la labor desempeñada por todos los miembros que han formado parte del actual Consejo. Algunos serán reelegidos en el cargo, mientras que otros dejarán de formar parte por algún motivo, como D. Agustín Lanaspá, por jubilación, a quien hace un reconocimiento por su trayectoria y buen trabajo.

6.- Ruegos y preguntas.

D. Luis Manuel Lamata solicita tener acceso a los resultados obtenidos de la denuncia referente a la “letra pequeña” de los contratos. D^a M^a Jesús Casanovas le informa que, si no se les ha trasladado, se pondrán a disposición en cuanto tenga toda la información disponible al respecto.

D^a. Beatriz Callén invita a todos los asistentes a participar en marzo de 2023 al III Encuentro Nacional de Comercio organizado por CEOE en el Auditorio de Zaragoza, convirtiéndose en la tercera ciudad española en acoger el encuentro, tras los celebrados en Sevilla y Valladolid. Próximamente les hará llegar la invitación.

El Director General da las gracias a todos por su asistencia.

Sin más temas que tratar, termina la sesión a las 12:50 horas.